

# 守望在生命的终点

本报首席记者 王索妮 通讯员 堵晓芸

透过树叶的间隙，晚秋的阳光正好打在许璇青涩的脸上，她的脸颊渐渐泛起红晕。秋风中拂过一缕凉意，几片金黄色的树叶在空中划出美丽的弧线，轻浅地飘落到她的脚边。这个充满柔情蜜意的场景，如同1998年生的许璇本人一样，和她身后的“殡葬”“祭祀”“太平间”字样显得那样格格不入。

这里是距市中心10公里远的杭州殡仪馆。按照本地的白事习俗，逢农历单日出殡的居多，所以11月11日这天的许璇特别忙碌。三个多小时的工夫，她和同事已为超过30名逝者化了妆。那举手投足间对待死的敬意，无异于对待生的真诚。

## 离逝者最近的人

长长的走廊过道被米黄色的墙面和地板充盈着。一步一步，悠长的回声即是脚步声。没多久就能望见一扇棕褐色的自动门，“化妆室”三个字也随之赫然出现。

门开了。空气中并没有想象中浓重的潮湿气息，甚至很难嗅到一丝异味。各种不锈钢材质的器具和竖在一旁的棺木带来的冰冷感，有幸被窗外一眼能瞥见的浓重秋色中和掉。

一张不锈钢床上停放着一具女性老年逝者的遗体——这是许璇和同事当天要处理的第一具遗体。入殓服务前，两人已换上了蓝色的工作服，戴上帽子、手套和口罩。

这份工作极需专注力，尤其是在给逝

者化妆整修时，几乎得凝神屏气，没有一丝杂念，只有双手轻轻地抚触在逝者的面上。

化妆的步骤与日常化妆相似。老一辈们习惯用颜料，大部分时候是肉色、红色的油彩混合——前者打底，后者点在双颊处。不过现在，粉底已取而代之。梳头、打粉底、扫腮红、涂口红，整个过程平静、细致而温柔。不到一刻钟，逝去的人仿佛被重新唤回，赋予了永恒的美丽。

这其实是相对容易的时刻。对像许璇这样的年轻从业者来说，化妆、防腐、整容等各个环节都要处理，特别是遇到比较特殊的遗体，化妆整容师需要照着逝者生前的照片或视频，为遗体进行断肢修复、头面部创伤恢复甚至是遗体大面积重塑等严重的创伤恢复。

“有时处理完一具遗体需要好几个人花上四五个小时甚至更久。”在年轻的许璇看来，整个过程完全不亚于一场高难度的手术。

## 被需要，被忌讳

就在前两天，一条关于“高校开设殡葬专业招生火爆”的消息登上微博热搜，引发网友关注。不过许璇明白，喧嚣只是一时的，留给这个行业的，更多时候还是孤单与坚守。

关于这一点，她在选择这个行当前就做好了心理准备。高二时，偶然间看到一本有关入殓师的书籍，许璇便萌生了学习



这一行的念头。高考后，在经历与父母无数次争吵后，最终取得了对方的理解。只是即便如此，远在陕西渭南的家人也从未提出，主动来杭州看看女儿，了解她的工作环境。

“说忌讳这个职业，不如说忌讳的是死亡。”今年40岁的徐宇洲是一名经验丰富的遗体化妆整容师，同时也是杭州殡仪馆最早一批招收的殡葬专业应届大学毕业生之一。他清楚地记得，入行头几年，单位开殡葬车的师傅就因为将车停在小区内，被居民团团围住齐声痛骂。

从那以后，徐宇洲甚少向旁人提及自己的工作，朋友圈也越来越小。一次去参加朋友的婚礼，中途突然想起这位友人比较迷信，斟酌再三后，他还是决定将份子钱递给同行者代为转交，自己原路返回。

这也难怪。在中国，死亡一向是个讳莫如深的话题，“死”字更是一个不能轻易提起的字眼，“就连与‘死’同音的数字‘4’都为人所避讳，更何况像我们这样的群体。”也正因为职业特殊，徐宇洲一参加工作就对自己的终身大事特别上心，最“疯狂”之时，连抬棺师傅也不放过，逮着一个就问对方有没有适龄女性介绍。

如今的徐宇洲早已在杭州成家立业。与普通父亲一样，忙碌工作之余，他最大的乐趣就是陪伴在儿子身边。看到像许璇这样的后辈，他总忍不住传授经验：“主动出击！”这个时候，看着内向冷静的许璇，会露出难得的小羞涩。

## 生死之间，皆是肃穆

在殡仪馆，每天要面对生离死别，年纪轻轻的许璇已服务上千名逝者，见过太多因亲人离别而伤心的泪水，也因而早早地对生命有了同龄人无法企及的体会。

“我们告别的不是一具具冰冷的遗体，而是一个个鲜活的生命。”最让许璇感触的，是几乎每个月都会接到自杀的逝者。看着其中一些年轻俊美的面庞，想象着他们在世时是怎样的充满朝气，她总会心如刀绞。而这些年轻逝者的家属，沉浸在悲痛中，撕心裂肺地哭闹，无法接受生命的离开。他们会说，“为什么你要抛下我们自己走了？”也会“质问”对方，“你走了让我们怎么活！”

“没办法设身处地感受到他们的处境，或许真的是承受不下去了吧……但这个世界是真的有些美好的人和事，值得我们继续努力下去的呀！”许璇难过地说。

死亡从来都是神圣的。往生后，有的人被不舍告别，有的人终获谅解，有的人则带走亲人最大的遗憾。每当遇见那些意外去世的人，许璇也会更深刻地认识到自己的使命，让逝者在人生谢幕之时依然美丽，让他们充满尊严、体面地离去，也让牵挂的家人得到心灵的慰藉。

徐宇洲一直认为，关于活着这件事，其实死亡才是最好的老师，“生命短暂易逝，只有真正理解死亡的意义，我们才能珍惜当下，无悔地度过这一生。”



# 线上换“马甲” 电子烟“断电”不断货

## 线下一次性电子烟包装无“烟”字 外观更像零食或文具

《北京青年报》张鑫

在过去一周多时间里，电子烟迎来了迄今为止最密集的治理期。记者近日走访市场发现，虽然主流电商平台已经下架了电子烟，但在一些二手平台和社交媒体上找到电子烟卖家并不困难。更大的问题在于线下，便利店以及小型超市中，各种一次性的电子烟产品几乎每家都有，包括一些学校周边的店铺。这些电子烟的外包装没有一个“烟”字，包装看上去像零食、产品像加长版U盘的电子烟隐蔽性更强。

11月1日，国家烟草专卖局、市场监管总局发布《关于进一步保护未成年人免受电子烟侵害的通告》，要求不得向未成年人销售电子烟，不得通过互联网销售电子烟，不得通过互联网发布电子烟广告。11月5日起，国家烟草专卖局对电子烟监管进行专项部署，各级烟草专卖监管部门开始约谈主要电商平台，督促及时关闭电子烟店铺，下架电子烟产品。京东零售居家业务部礼品部经理孔凡军表示，京东已经把电子烟、烟弹、烟油，包括电子烟

的品牌等词汇进行屏蔽。11月7日，天猫也发布公告称，即日起下架电子烟相关产品、禁止电子烟相关产品的销售及广告投放。截至目前，已有京东、天猫、拼多多、苏宁易购等9家电商平台屏蔽电子烟店铺，并下架电子烟产品。

近日，记者却在部分电商平台上发现了电子烟产品。记者登录部分电商平台，搜索“电子烟”“蒸汽烟”以及部分电子烟品牌名称等关键词，显示的均是“没有找到相关商品”。不过，将关键词更换为“加热不燃烧”时，则能在部分电商平台搜索出少量的电子烟。根据其链接进入一家店铺后，记者发现，这家专门销售电子烟的店铺并没有被平台关闭，仍可正常购买相关电子烟产品。

在微博等社交媒体搜索“蒸汽烟”仍旧可以找到相关宣传互动内容。闲鱼等二手交易平台，虽然泛指电子烟的关键词不易搜索到电子烟产品，但如果输入电子烟品牌，仍可以显示相关产品。其中部分并非二手转让，而是标明为“全新正品”。

对于此次被“断电”，一些早已进入市

场的电子烟企业选择了加大线下的筹码。记者走访通州、朝阳、东城等多地烟酒店发现，电子烟几乎遍布上述专门销售门店。相比于普通卷烟，电子烟大多还有独立的专门售卖店，不过在搜索平台上，这些专卖店大多被归入“电子科技”商铺品类。

“代替卷烟、缓解烟瘾、有效控烟、轻松戒烟……”多家电子烟专销门店大多打着“戒烟”的招牌吸引顾客。记者以消费者的身份问及电子烟也含尼古丁怎么能算“戒烟”时，这些门店的店员大多表示逐渐会减少吸食频次，一名于半年前改吸电子烟的店员表示：“原来一弹两天吸完，现在大概能吸三天。”据了解，一颗烟弹约等于2盒左右的卷烟。一名有过戒烟史的市民告诉记者，2天抽2盒还是3天抽2盒，对于吸烟者来说根本没有本质的区别。事实上，早在2014年，世界卫生组织(WHO)就声明，电子烟能否成为一种有效的戒烟方法还没有充分证据，将含有尼古丁的液体汽化后吸入口中同样具有健康风险。

比起“戒烟”的噱头，记者注意到，电子烟的目标客户群才是最大问题。在一些小

型超市或食杂店，记者发现一种一次性电子烟。它比起需要充电、加烟弹的电子烟，售价从30余元到50余元不等，门槛更低。这类电子烟的外形大多小巧，有的只有普通卷烟大小，有的像加长版的U盘，有的则类似金属吸管。记者从一名吸食过电子烟的未成年人处了解到，他们大多是抱着试一下、好玩的心态吸食电子烟，这种产品外观跟普通烟不一样，也不担心被家长发现。一食杂店店主表示，来买这种产品的大多是年轻人。至于有没有未成年人来买，店主表示肯定没有孩子，但购买者是否已经成年，她并不清楚。

记者观察发现，这类一次性电子烟的包装上大多没有“烟”字，“绿色心情”“蜜桃乌龙”“找抽”等词大多代替产品名称印在外包装的正面，产品介绍中也不提及它们为“电子烟”，极容易被认为是零食或文具。记者探访过程中，一些在售一次性电子烟的食杂店或小超市就位于部分中学周边，大部分将其与普通烟一起摆在柜台内，也有少数将其放在了货架上供顾客自选。